

KÖNYVISMERTETŐ

Illés Mária

A KÖZSZOLGÁLTATÓ VÁLLALATOK GAZDASÁGI SZABÁLYOZÁSA

Elvek, módszerek, esetek

Aula Kiadó Budapest, 2000. 236 p.

A közszolgáltatás közcélú, közérdekű szolgáltatás, amely egy nagyobb közösség valamennyi tagja által azonos feltételek mellett vehető igénybe; ezért a piacgazdasági környezetben működő közszolgáltató vállalatok körültekintő gazdasági szabályozása az egész társadalom érdekeit szolgálja. Magyarországon a jelentős részben természetes monopóliumként működő közszolgáltatási tevékenység szabályozása eltér a piacgazdaságokétól. Következésképpen és kitartó munkára van szükség a piacgazdaságokban szokásos körülmények kialakításához. A tapasztalatok szerint a közszolgáltatások egyes típusai különböző szervezeti formák mellett is hatékonyan működhetnek. A vállalati típusú szerveződésnél a közszolgáltató önálló jogi személy, gazdálkodási rendszere jelentős részben meg egyezik a versenyszféra vállalataival. A szerző esettanulmányai segítségével, a problémák megvilágításával mutatja be a módszertani összefüggések gyakorlati jelentőségét és megjelenési formáit; azokkal az ismeretekkel foglalkozik, amelyek a piacgazdasági környezetben működő közszolgáltató vállalatok gazdasági szabályozásához feltétlenül szükségesek. A vállalati vagy vállaltszerű keretek közt megvalósuló közszolgáltatási tevékenységekkel ismert meg két részből álló könyvében.

Az első részben a közszolgáltatás és a monopolhelyzet, a tulajdon és a haté-

konyság, a monopóliumok költségszerkezete, valamint az árszabályozás általános kérdéseit tárgyalja. Bemutatja az intézetek, intézmények által nyújtott és a vállalati formában működtetett közszolgáltatások finanszírozása közti különbségeket, a közszolgáltató vállalatok tulajdoni típusait, a monopólium lényegét és a közszolgáltató vállalatok egy részénél jogi úton létrehozott monopol helyzetet. A nagy kiterjedésű technológiai hálózatszerkezetek elsősorban a szolgáltató szférában működnek s ezek képezik a természetes monopóliumok alapját. A természetes monopólium a piacgazdaságok közismert gazdasági kategóriája, amelynek széles körű irodalma van. A gazdasági verseny nem lehet teljes, amíg ezek a hálózatok nem válnak versenyzetethetővé. A változó világban azok a feltételek is változnak, amelyek a természetes monopóliumokat létrehozzák. A szerző a tulajdon és a hatékonyság összefüggéseit vizsgálva rámutat, hogy a hatékonyságnövelés a gazdasági versenyben a legintenzívebb; a hatékonyság a társadalom szempontjából értékelte hasznosságot fejezi ki. Az állami, önkormányzati tulajdonban levő monopóliumokat az elkényelmesedés jellemzi, a magántulajdon nagyobb szervező ereje ezen a területen is megmutatkozik...

A továbbiakban olvashatunk a természetes monopóliumok privatizációjának, a közszolgáltató vállalatok vagyongyarapodásának a kérdéseiről, majd az árszabályozási módszerekkel ismerkedünk meg. A szerző bemutatja a természetes monopóliumok sajátos költségszerkezetét, a költség típusokat és a monopolármodelleket. Monopolárnak nevezik azokat az árakat, amelyek hosszabb időn keresztül lényegesen magasabbak annál, mint amit a versenypiacokon el lehetne érni. Ezzel kapcsolatban bemutatásra kerülnek a könyvben a hatósági árszabályozási

ismeretek (a megtérülés elve, a volumenhalmozódás és az inflációs hatás, a méltányos nyereség, a dotációk és elvonások, az amortizációs költségek stb.). A piaci elvvel ellentétes megoldásokat az árszabályozás sem vállalhat magára. A közszolgáltató vállalatok hatósági árszabályozása elsősorban a bevételek szabályozását jelenti. A díjszszeg belső szerkezete sokféleképpen rendeződhet, eltérő díjszerkezetek vannak az egyes közszolgáltatásoknál, az alapszolgáltatások díjszerkezetének legismertebb megoldásait a 4.4 ábra szemlélteti. Emellett a járulékos szolgáltatások elszámolása is különböző módon történhet; van ahol az alapszolgáltatás költségeivel együtt kezelik, máshol pedig elkülönítik és külön díjtételként számítják fel. Az egy- és két-tényezős díjszabással, valamint a fogyasztói kategóriánként differenciált díjkalkulációval ismerkedünk meg az első részben.

A könyv második része esettanulmányokat tartalmaz. Először az M1-es autópályadíj 1996 és 1998 közötti sajátosságait ismerjük meg azzal kapcsolatban, hogy ez az autópályaszakasz a világ egyik legdrágább díjköteles autópályájának bizonyult. A szerző szakértőként vett részt a túlzottan magas díj miatt indított perben és itt közli a szakértői vélemény lerövidített és átszerkesztett változatát. Ismerteti a vizsgálat körülményeit, az információforrásokat, az elvi és gyakorlati kérdéseket. Bemutatja az autópálya-építés finanszírozási költségeinek számítás menetét, amelynek során kitér a bekerülési költségekre, azok megtérülésére, a méltányos tőkehozam és a kamatszint megítélésére. Kiemeli, hogy az autópálya fizetési szakasza esetében még próbaszámítások sem történtek a bázisdíjra, s nem vették figyelembe a piaci összefüggéseket sem. A dokumentáció sok hibás díjképletet tartalmaz, a beszédhető út-

díj sem volt reális. A piacgazdasági szemléletmód tükrében vizsgálja az érvényesített ár arányosságát, kifejtve, hogy nem volt reális perspektíva a 33 éven át beszédhető három-négyszeres útdíj. „Az Európai Unió ugyanis igen komolyan veszi a természetes monopóliumokra érvényesíthető költségárnynyos ár elvét. Magyarország uniós csatlakozása után meg lettek volna számolva a többszörös útdíj alkalmazhatóságának napjai.”

Az Oktatási Minisztérium támogatásával, a felsőoktatási tankönyvtámogatási program keretében megjelent könyv végül egy adott (x) város víz- és csatornaművének privatizációjáról számol be ismertetve annak főbb jellemzőit, a bázisdíj nyereségtartalmát és a volumenhatás sajátos kezelésmódját.

A könyvben tárgyalt ismereteknek a felsőoktatásban is helyet kell kapniuk; hiányuk súlyos gazdasági károk forrása lehet...

Rubóczky István

A Legfelsőbb Bíróság 2001. III. 7-i keltezésű határozatában az Első Magyar Koncessziós Autópálya Rt. javára döntött, megállapítva, hogy a hivatal nem élt vissza gazdasági erőfölényével. (Világgazdaság, 2001. március 8.)

Jerry Yoram Wind–Jeremy Main

VÁLTOZÁSTERVEZÉS VÁLLALATOK FELKÉSZÍTÉSE A XXI. SZÁZADRA

GEOMÉDIA, 2000

„Ami eddig jó volt, az éppen azért, mert a múlt időben volt jó, ma tán csak meglehetősen s utóbb még káros is lehet.”¹ Jobban senki sem tudná össze-

foglalni, hogy a módszeres változtatás, jobbítás nélkülözhetetlen a talponmaradáshoz.

Ez a könyv útmutatóul igyekszik szolgálni arra vonatkozóan, hogy a mai vállalatok milyen változtatások segítségével őrizheti meg az életképességüket a XXI. század várható feltételei között. Szerzői amerikai kutatók: Jerry Yoram Wind a Pennsylvaniai Egyetemen működő jónévű Wharton School marketing professzora, Jeremy Main pedig a Wharton School SEI Menedzsmenttudományok Központjának vezető munkatársa.

Mondanivalójuk erőssége, hogy azt az üzleti életben felgyülemlett gyakorlati tapasztalatokra alapozzák. Arra a kutatásra támaszkodnak, amelyet a Központ végzett annak vizsgálatára, milyenek a XX. századi cégek jellegzetes tulajdonságai, és milyen változtatásokkal igyekeznek az e téren élenjáró vállalatok elébe menni a XXI. század várható új feltételeinek és követelményeinek. Ízelítő erre az összehasonlítás, amelyet a vállalatok „régii” és „kialakuló” tulajdonságairól adnak:

Régi tulajdonságok	Kialakuló tulajdonságok
Célvezérelt	Vízíóvezérelt
Árközpontú	Értékközpontú
Termékminőségre épít	Teljes körű minőségsszabályozásra épít
Termékközpontú	Fogyasztó központú
Részvényesközpontú	Minden érintettet (stakeholder) figyelembe vesz
Pénzügyi irányultságú	Sebességirányultságú
Hatékony, stabil	Innovatív, vállalkozó szellemű
Hierarchikus	Lapos, önállósággal, hatáskörrel és felelősséggel rendelkező munkatársakra építő
Gépszerűen működő	Információalapú
Funkcionális	Funkciót átszelő
Merev, elkötelezett	Rugalmas, tanuló
Helyi, regionális, nemzeti	Globális
Vertikálisan integrált	Hálózatszerű, kölcsönösen függő

Kiemelik ugyanakkor – és ez igen fontos figyelmeztetés –, hogy az új elemek nem szorítják ki szükségszerűen a régieket. A nyereségesség a jövőben is minden vállalat számára létfontosságú

marad, a hierarchikus felépítés, valamint a funkcionális szerkezet sem fog teljesen eltűnni – tehát nem teljes paradigmaváltásról van szó, hanem másfajta egyensúlyról, hangsúlyok eltolódásáról, arról, hogy a vállalatok a régi és az új tulajdonságok alkalmas ötvözetét mutatják majd.

A mű eredeti címe jobban kifejezi mondanivalóját: *a változások előrehajtása*. Ez a lényeg: megfelelő előrelátással kellő időben kikényszeríteni azokat a változásokat, amelyeknek meg kell történniük a cég életbenmaradásához. A könyv első része a változás mozgatórugóit mutatja be. Ezek fontos elemei: a régi vállalati modell elavulása, az információ technológiák térhódítása, a globalizáció, a növekvő intenzitású verseny, a társadalmi elvárásokban, valamint a fogyasztók igényeiben beálló változások és ezek jelentőségének növekedése. A második rész azt mutatja be, hogy mozgatórugók által keltett követelmények kielégítése érdekében hogyan kezeli a jövőbeni fennmaradásra törekvő vállalat a szereplőket, hogyan alakítja át a fogyasztókról, valamint a saját alkalmazottairól és vezetőiről alkotott képét. A harmadik rész

a fennmaradásért vívott harcban, a kihívásokra adott válaszban alkalmazott fegyvereké: azt elemzi, milyen új eszközök állnak a vállalatok rendelkezésére és hogyan használják azokat. Ilyen

¹ Széchenyi István: Hítel